

martedì, Settembre 16, 2025

Ultimo: [Accordo UE-Mercosur](#)

Agrigiornale



MERCATI

Il riso conquista l'Italia. Boom di consumi e nuove sfide di comunicazione

📅 16 Settembre 2025 👤 Roberto Goitre



Fa bene, è buono, è nostro: il riso torna protagonista sulle tavole italiane. È quanto emerge dall'ultima indagine dell'Osservatorio Nazionale sul Consumo di Riso in Italia, che fotografa un settore in piena crescita: più consumi, più attenzione agli aspetti nutrizionali, ma anche tanta strada ancora da fare sul fronte della conoscenza del valore e della qualità del riso italiano. La ricerca è voluta da Ente Nazionale Risi, Ente Fiera di Isola della Scala e Consorzio di Tutela della I.G.P. Riso Nano Vialone Veronese.

Alla conferenza stampa di presentazione dei dati dell'indagine, realizzata da AstraRicerche nell'agosto 2025, partecipano Natalia Bobba presidente di Ente Nazionale Risi con il direttore Roberto Magnaghi, il presidente di Ente Fiera di Isola della Scala Roberto Venturi e il sindaco di Isola della Scala Luigi Mirandola. Interviene Simona Mastrantuono, senior market researcher di AstraRicerche.

Gli italiani mangiano più riso. Nel 2025 la frequenza di consumo registra un +6,9% rispetto al 2024, confermando un trend positivo che riguarda sia la cucina domestica che i pasti fuori casa (+2,5% i consumi fuori casa). Oltre la metà dei nostri connazionali (51,8%) consuma, infatti, il riso quando mangia a casa almeno una volta alla settimana e per il 13,5% è un piatto presente sulla propria tavola 3 o più volte alla settimana. Un italiano su 6 (16,3%) ha l'abitudine di mangiare il riso in ristoranti, osterie/trattorie, locale etnici come giapponese, cinese, etc. almeno una volta alla settimana: più di tutti i giovani della Gen X (22%).

Un ritorno di interesse trasversale a tutte le fasce d'età, compresi i giovani che lo scoprono come piatto sano e veloce, e che si conferma in ogni area geografica del Paese, da Nord a Sud.

Alla domanda sul ruolo del riso nella alimentazione degli italiani, cresce la quota di chi lo considera 'molto' o 'abbastanza' importante: +3,7% rispetto al 2024. Nello specifico, la nuova centralità del riso riguarda il suo essere un alimento sano (81,2%; + 3,7% rispetto al 2024), digeribile (84,9%), gustoso (76,5% + 2,0%), versatile per ricette varie (69,2%; +7,8%), benefico per la salute e parte della tradizione italiana e dal giusto rapporto qualità-prezzo (76,9%).

Non è importante, tuttavia, solo la quantità consumata, ma anche di qualità della percezione del riso. Alla domanda sul ruolo del riso nella propria alimentazione, cresce del +3,7% chi lo considera "molto" o "abbastanza" centrale nel proprio stile alimentare. Gli italiani apprezzano sempre di più il profilo nutrizionale del riso. L'88% degli intervistati concorda sul fatto che, se abbinato a proteine animali o

vegetali, fibre e grassi sani, il riso può creare piatti completi ed equilibrati, in grado di favorire la sazietà e contribuire a un migliore controllo glicemico. La grandissima maggioranza dei consumatori lo mangia perché è un alimento sano 81,2% ma anche perché è un piacere 76,5%, valutazioni in crescita rispetto alla rilevazione del 2024: +3,7% e +2,0%.

Un prodotto dal giusto rapporto qualità-prezzo 76,9% e versatile, una 'base' (come la pasta, come la pizza) da cui partire per fare ricette varie, diverse tra loro 69,2% (cresce significativamente rispetto al 2024 sia il riconoscimento del prezzo corretto del riso rispetto al valore attribuitogli +5,5% sia del suo essere un alimento versatile +7,8%).

Un risultato che risponde alla crescente attenzione verso alimenti che aiutino a mantenere un'alimentazione sana senza rinunciare al gusto.

Il successo del riso poggia su tre pilastri: fa bene e si associa a un'idea di benessere quotidiano; è buono e versatile, adatto a piatti tradizionali e a ricette innovative; garantisce un'alimentazione equilibrata e nutrizionalmente valida. Questi aspetti incentivano un consumo sempre più diffuso e la quota di chi sceglie il riso come alleato di salute e gusto è cresciuta di +2,3% rispetto al 2024.

Il riso è anche un orgoglio nazionale. Con le coltivazioni concentrate soprattutto in Piemonte, Lombardia, Veneto ed Emilia-Romagna, l'Italia è il primo produttore europeo di riso. Una leadership che si fonda su qualità certificata, sicurezza alimentare, tracciabilità e sostenibilità della filiera. Eppure, nonostante questa eccellenza, la ricerca segnala un dato sorprendente: la conoscenza del riso italiano è ancora scarsa tra i consumatori. Molti non sanno che il nostro Paese guida la produzione europea e che il riso italiano è tra i più apprezzati e riconosciuti al mondo, una vera eccellenza internazionale.

Per il futuro, la sfida non è solo mantenere la crescita dei consumi, ma raccontare meglio il riso italiano agli italiani. Significa investire in comunicazione, educazione alimentare e valorizzazione del prodotto, mettendo al centro dell'informazione la bontà e i benefici nutrizionali, la storia, le tradizioni agricole, le certificazioni di qualità e il valore culturale del riso prodotto in Italia.

Il messaggio che emerge dalla ricerca è chiaro: il riso sta vivendo una nuova, positiva stagione. Cresce in quantità e qualità della percezione, conquista giovani e famiglie, risponde alle esigenze contemporanee di gusto, salute e sostenibilità, e può rappresentare sempre di più ciò che già è, ovvero un simbolo del made in Italy agroalimentare. Un patrimonio da riscoprire e valorizzare, dentro e fuori i confini nazionali.

← Relazione Vendemmiale 2025



Copyright © 2025 [Agrigiornale](#). Tutti i diritti riservati.
Tema: [ColorMag](#) di ThemeGrill. Powered by [WordPress](#).